Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Самарской области
«Тольяттинский социально-экономический колледж»

ЭП
ГБПОУ
ТСЭК
2024-04-
24 10:
29:01

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.14.1 МАРКЕТИНГ ТОВАРОВ И УСЛУГ

«общепрофессиональный цикл»
основной образовательной программы подготовки
специалистов среднего звена
38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Тольятти, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.04.2022 № 257, с учетом требований рынка труда к дополнительным (регионально-значимым) образовательным результатам в рамках вариативной составляющей ППССЗ.

Рабочая программа ориентирована на подготовку студентов к выполнению заданий, соответствующих требованиям демонстрационного экзамена профильного уровня по компетенции «Экспедирование грузов».

Рабочая программа разработана в соответствии с Положением и шаблоном, утвержденном в государственном бюджетном профессиональном образовательном учреждении Самарской области «Тольяттинский социально-экономический колледж».

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике.

Организация- разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Самарской области «Тольяттинский социально-экономический колледж».

Составитель:
Доронина И.В., старший методист ГБПОУ «ТСЭК».

РАССМОТРЕНО
Методистом отделения информационно-технологических и экономических специальностей
«4» марта 2024 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директором ГБПОУ «ТСЭК»
Приказ № 08-01/79 от 15.04.2024г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	**4**
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	**7**
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	**14**
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	**17**
ПРИЛОЖЕНИЕ	**18**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.14.1 МАРКЕТИНГ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1.1. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина ОП.14.1 Маркетинг товаров и услуг является вариативной частью общепрофессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике.

Учебная дисциплина ОП 14.1 Маркетинг товаров и услуг обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающимся осваиваются элементы компетенций, формируются личностные результаты:

Вариативная часть

Код	Наименование результата обучения и воспитания
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ПК 4.1.	Планировать работу элементов логистической системы
ПК 4.2.	Владеть методологией оценки эффективности функционирования элементов логистической системы
ЛР 2.1	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости
ЛР 2.2	Экономически активный
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 9.2	Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 13	Принимающий и понимающий цели и задачи социально-экономического развития Самарской области, готовый работать на их достижение,

	стремящийся к повышению конкурентноспособности Самарской области в национальном и мировом масштабах.
ЛР 15	Стремящийся к саморазвитию и самосовершенствованию, мотивированный к обучению, к социальной и профессиональной мобильности на основе выстраивания жизненной и профессиональной траектории. Демонстрирующий интерес и стремление к профессиональной деятельности в соответствии с требованиями социально-экономического развития Самарской области.
ЛР 16	Стремящийся к результативности на олимпиадах, конкурсах профессионального мастерства различного уровня (в том числе World Skills, Абилимпикс, Дельфийские игры и т.д.).
ЛР 18	Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности
ЛР 19	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость
ЛР 20	Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий
ЛР 21	Стремящийся к повышению уровня самообразования, своих деловых качеств, профессиональных навыков, умений и знаний, готовый к освоению новых компетенций и к изменению условий труда.

Уметь:

Код	**Наименование результата обучения**
У1.	выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
У2.	обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
У3.	проводить маркетинговые исследования рынка;
У4.	оценивать конкурентоспособность товаров

Знать:

Код	**Наименование результата обучения**
З1.	составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
З2.	средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
З3.	методы изучения рынка, анализа окружающей среды
З4.	конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
З5.	этапы маркетинговых исследований, их результат
З6.	управление маркетингом

Содержание рабочей программы учебной дисциплины ориентировано на следующие минимальные требования к знаниям, навыкам (умениям),

указанным в техническом описании компетенции D3 Экспедирование грузов, код 1.4:

Знать:

Код	**Наименование требования ДЭ, РЧ/ по компетенции Экспедирование грузов**
31 WSSS 2	Принципы, лежащие в основе стратегий и методов маркетинга и рекламной деятельности.
32 WSSS 2	Основные принципы поведения при работе с клиентами. Диапазон форм взаимодействия, предпочитаемых заказчиком

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	**Объем часов**
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**99**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**60**
в том числе:	
теоретическое обучение	16
лабораторные занятия	*не предусмотрено*
практические занятия	36
курсовая работа (проект)	*не предусмотрено*
контрольная работа	*не предусмотрено*
Самостоятельная работа	**39**
Промежуточная аттестация в форме экзамена	*Экзамен-6ч.* *Консультация-2ч.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.14.1 Маркетинг товаров и услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень усвоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы, коды личностных результатов реализации программы воспитания
Тема 1.1. Составные элементы маркетинговой деятельности	**Содержание:**		**6**		
	1	Роль маркетинга в управлении фирмой. Цели, задачи и функции маркетинговой деятельности. *Принципы, лежащие в основе стратегий и методов маркетинга и рекламной деятельности.* Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Методы анализа внешней среды.	4	2	ОК 01.,ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05. ПК 4.1. ПК 4.2., ЛР 2.1, ЛР 2.2,, ЛР 7, ЛР 9.2, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 19, ЛР 20, ЛР 21
	2	Концепции маркетинга. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга.	2		
	Лабораторные работы		не предусмотрено		
	Практические занятия		**8**		
	1	Особенности новой маркетинговой концепции на примере фирмы (ситуационные задачи)	2	2	
	2	Классифицирование маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный, множественный.	2		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень усвоения	Коды компетенций, формировани ю которых способствует элемент программы, коды личностных результатов реализации программы воспитания
	3	Установление основных видов потребностей и товаров – как средств их удовлетворения.	2		
	4	Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками. Разработка предложений по их совершенствованию.	2		
	Контрольные работы		не предусмотрено		
	Самостоятельная работа обучающихся:		**12**		
	1.	Решение ситуационных задач по анализу внутренней среды предприятия.	2	2	
	2	Решение ситуационных задач по анализу внешней среды предприятия, сферы товаров и услуг	4		
	3	Разработка проекта маркетингового исследования по предложенной ситуации	6		
Тема 1.2. Средства маркетинговой деятельности	**Содержание:**		**10**		
	1	Исследование рынка как основа принятия маркетинговых решений. Средства маркетинга. Методы изучения рынка, анализ окружающей среды. Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование товара	2	2	ОК 01.,ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05. ПК 4.1. ПК 4.2., ЛР 2.1, ЛР 2.2,,

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень усвоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы, коды личностных результатов реализации программы воспитания
	2	Этапы маркетинговых исследований. Стратегия и планирование маркетинга	2		ЛР 7, ЛР 9.2, ЛР 13, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 19, ЛР 20, ЛР 21
	3	Маркетинговые коммуникации и их характеристика. Конкурентная среда.	2		
	4	*Основные принципы поведения при работе с клиентами. Культурные нормы и ожидания. Диапазон форм взаимодействия, предпочитаемых заказчиком*	2		
	4	Особенности маркетинга в сфере услуг.	2		
	Лабораторные работы		не предусмотрено		
	Практические занятия		**28**		
	1	Виды ассортимента, его ширина и глубина (ситуационные задачи). Ассортиментная политика фирмы (ситуационные задачи). Жизненный цикл товаров и ассортиментная политика (ситуационные задачи). Разработка нового товара	2	2	
	2	Оценка конкурентоспособности организации и	2		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень усвоения	Коды компетенций, формировани ю которых способствует элемент программы, коды личностных результатов реализации программы воспитания
		установление её конкурентных преимуществ (ситуационные задачи).			
	3	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации.	2		
	4	Оценка эффективности рекламы. Приобретение новых бизнес-партнеров в процессе коммуникации и презентаций.	2		
	5	Составление плана рекламной компании.	2		
	6	Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации (решение ситуационных задач).	2		
	7	Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей.	2		
	8	Составление профилей сегментов на основе комплексного анализа опросных листов. Сегментация рынка (ситуационные задачи)	2		
	9	Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации.	2		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень усвоения	Коды компетенций, формировани ю которых способствует элемент программы, коды личностных результатов реализации программы воспитания
	10	Определение конкурентных позиций на основе экономических показателей			
	11	Изучение методов формирования спроса и стимулирования спроса	2		
	12	Анализ рыночной конъюнктуры (ситуационные задачи). Конкурентоспособность товара (ситуационные задачи)	2		
	13	Разработка бюджета маркетинга	2		
	14	Разработка плана маркетинга (стратегия продвижения нового товара на рынок) Принятие решения о внедрении на рынок товара-новинки (деловая игра)	2		
	Контрольные работы		не предусмотрено		
	Самостоятельная работа обучающихся:		**27**		
	1	Разработка новой маркетинговой концепции на примере фирмы	6	2	
	2	Анализ жизненного цикла товаров	2		
	3	Разработка нового товара	4		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень усвоения	Коды компетенций, формировани ю которых способствует элемент программы, коды личностных результатов реализации программы воспитания
	4	Анализ окружающей среды торговой организации	4		
	5	Анализ рыночной конъюнктуры	4		
	6	Решение ситуационных задач по определению конкурентоспособности товара	4		
	7.	Подготовка презентации «Этапы процесса создания рекламы»	3		
		Экзамен	**6**		
		Консультация	**2**		
		Всего:	**99**		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия стандартного учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий (схемы, таблицы, плакаты).

Технические средства обучения:

– компьютеры с лицензионным программным обеспечением;

– мультимедийное оборудование;

– проекционный экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 214 с. - ISBN 978-5-394-03163-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091798

2. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю. Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 292 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014862-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1008762

Дополнительные источники:

1. Щур Д. Л. Оптовая торговля: справочник руководителя, бухгалтера и юриста. – 3- изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2017.

2. Панкратов Ф.Г. и др. Рекламная деятельность: Учебник. – М.: Маркетинг, 2018

3. Современный маркетинг. / Под ред. В.Е.Хруцкого.- М.: Финансы и статистика, 2018

Нормативно-правовые акты:

1. «О рекламе», ФЗ – 108 от 18.07.95.
2. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» от 23.09.92.
3. «Об информации, информатизации и защите информации», ФЗ – 24 от 20.02.95.

4. Налоговый Кодекс РФ. Части I и II.
5. Комментарии официальных органов к части II НК РФ. – М.: Финансы и статистика, 2010.
6. Постатейный комментарий к Части II НК РФ – М.: Финансы и статистика, 2011.

Интернет – ресурсы:

1. http://www.garant.ru/ - Информационно-правовой портал «Гарант»
2. http://www.consultant.ru/ - Компания «Консультант Плюс»
3. http://znanium.com - Электронно-библиотечная система znanium.com .

3.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная дисциплина ОП.14.1 Маркетинг товаров и услуг является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития общих компетенций, профессиональных навыков обучающихся.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки реализуется при проведении практических занятий.

Освоению программы учебной дисциплины ОП.14.1 Маркетинг товаров и услуг должно предшествовать изучение общеобразовательной учебной дисциплины ОД.04 Обществознание.

Занятия проводятся в учебном кабинете, при необходимости оказываются консультации по освоению программы.

В ходе преподавания учебной дисциплины осуществляются междисциплинарные связи с учебными дисциплинами общепрофессионального цикла ОП.02 Информационное обеспечение логистических процессов, ОП.05 Документационное обеспечение управления, ОП.07 Основы логистической деятельности, МДК.04.01 Основы планирования логистических операций.

3.2 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной

деятельности 08 Финансы и экономика, имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 08 Финансы и экономика, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды; конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом; принципы, лежащие в основе стратегий и методов маркетинга и рекламной деятельности; основные принципы поведения при работе с клиентами. диапазон форм взаимодействия, предпочитаемых заказчиком	демонстрирует знания элементов маркетинговой деятельности; демонстрирует знания средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; методов изучения рынка, анализа окружающей среды; демонстрирует знания понятий « конкурентная среда», видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности; этапов маркетинговых исследований, их результата; демонстрирует знания понятий «управление маркетингом»; демонстрирует знание принципов, лежащих в основе стратегий и методов маркетинга и рекламной деятельности; демонстрирует знание основных принципов поведения при работе с клиентами.	Текущий контроль в форме опроса Проверочная работа Устный опрос Тестовые задания по вариантам
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
выявлять, формировать и удовлетворять потребности; обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций проводить маркетинговые исследования рынка; оценивать конкурентоспособность товаров; приобретать новых бизнес-партнеров в процессе коммуникации и презентаций	демонстрирует умение выявлять, потребности; демонстрирует умение обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; демонстрирует умение проводить маркетинговые исследования рынка; демонстрирует умение оценивать конкурентоспособность товаров демонстрирует умение приобретать новых бизнес-партнеров в процессе коммуникации и презентаций	Выполнение заданий практических занятий; самостоятельная работа студентов

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

№ п/п	Тема учебных занятий	Кол-во часов	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Код формируемых компетенций
1.	Концепции маркетинга. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга..	2	Проблемно-аналитический, ИКТ	ОК 01.,ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05. ПК 4.1. ПК 4.2.,
2.	Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ»	2	Урок практикум, работа в малых группах	ОК 01.,ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05. ПК 4.1. ПК 4.2.,
3.	Определение конкурентных позиций на основе экономических показателей		Урок практикум, работа в малых группах	ОК 01.,ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05. ПК 4.1. ПК 4.2.,

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата внесения изменения; № страницы с изменением; .	
БЫЛО	**СТАЛО**
Основание: Подпись лица внесшего изменения	